

LA MODIFICA DEL CODICE DEL CONSUMO E LE NOVITA' IN TEMA DI PUBBLICITA' INGANNEVOLE E COMPARATIVA

Fiammetta Malagoli

Sulla Gazzetta Ufficiale del 6 settembre 2007 sono stati pubblicati due decreti legislativi, in attuazione della direttiva relativa alle pratiche commerciali sleali. Entrambi riguardano la pubblicità ingannevole e comparativa sino ad oggi regolata dal Titolo III del Codice del consumo (articoli 18-32 D. Lgs. n° 206/2005).

Il D. Lgs. 2 agosto 2007, n. 145 si applica alle attività di pubblicità ingannevole, nelle quali sia danneggiato un altro imprenditore (nel caso, quindi, oltre che di pubblicità ingannevole, anche di pubblicità comparativa illecita), mentre il D. Lgs. 2 agosto 2007, n. 146 trova applicazione in ogni caso in cui vi sia un pregiudizio per il consumatore.

I due decreti legislativi entreranno in vigore il prossimo 21 settembre 2007.

Necessariamente dovremo ritornare sull' argomento. I due decreti legislativi sono stati appena pubblicati e devono essere esaminati con cura per commenti più approfonditi.

Le novità più grosse sono costituite dalla quintuplicazione delle sanzioni. Secondo il vecchio testo del Codice del consumo, con l' accoglimento del ricorso, l' Autorità garante della concorrenza e del mercato disponeva l' applicazione di una sanzione amministrativa pecuniaria da 1.000 euro a 100.000 euro. Ora, con il provvedimento che vieta la pratica commerciale scorretta, l' Autorità applica una sanzione da 5.000 a 500.000 euro.

Altre sanzioni sono previste nel caso di inottemperanza all' ordine di sospensione del messaggio (da 2.000 a 20.000 euro) e nel caso in cui si forniscano informazioni o documentazione non veritiere (da 4.000 a 40.000 euro).

Con il regime precedente, l' Autorità interveniva solo su istanza di parte, mentre ora può agire d' ufficio, non solo nel caso in cui vi possa essere pregiudizio per il consumatore, ma anche nel caso in cui vi possa essere un danno per i concorrenti.

L' unico aspetto positivo delle nuove norme è costituito dal fatto che, ad eccezione dei casi di manifesta scorrettezza e gravità della pratica commerciale, il professionista responsabile (per esso intendendosi l' inserzionista o la sua agenzia) può assumere l' impegno a porre fine all' infrazione, cessando dalla diffusione del messaggio o modificandolo in modo da eliminare i profili di illegittimità. In questo caso, l' Autorità può definire il procedimento senza procedere all' accertamento dell' infrazione, rendendo obbligatorio l' impegno assunto. In tale ipotesi, il Garante può disporre la pubblicazione dell' impegno in questione, a cura e spesa del professionista.

Se gli impegni assunti non vengono rispettati, è comminabile una sanzione pecuniaria da 10.000 a 150.000 euro.

Nei casi di reiterata inottemperanza, l' Autorità Garante può disporre la sospensione dell' attività d' impresa per un periodo non superiore a trenta giorni.

BOX NORMATIVO:

- D. Lgs. 2 agosto 2007, n. 145, Attuazione dell' articolo 14 della direttiva 2005/29/CE, che modifica la direttiva 84/450/CEE sulla pubblicità ingannevole
- D. Lgs. 2 agosto 2007, n. 146 Attuazione della direttiva 2006/29/CE relativa alle pratiche commerciali sleali tra imprese e consumatori nel mercato interno e che modifica le direttive 84/450/CEE, 97/27/CE, 2002/56/CE, e il Regolamento (CE) n. 2006/2004